



Champagne, packaging et environnement

Dans l'actualité récente, la filière du champagne annonçait des volumes de ventes exceptionnels en 2022. Au même moment, six champagnes figuraient parmi les 16 finalistes de la Paris Packaging Week 2023 pour les boissons premium. Produit associé au luxe dans l'esprit des consommateurs, de nombreuses marques multiplient les emballages et suremballages (étuis, coffrets, protections en plastique, etc.). À l'heure où la filière réalise sa transition environnementale au niveau de la viticulture, quid de l'impact des « matières sèches » liées au packaging sur l'environnement? Dans une perspective exploratoire étendue, nous avons réalisé de nombreux entretiens auprès de professionnels de la filière et de consommateurs afin d'étudier la question. Cette recherche fait apparaître un décalage entre les attentes des consommateurs et la perception de ces attentes par les professionnels. Les consommateurs interrogés déclarent très majoritairement qu'il est important que toute démarche environnementale liée à la production de vin se prolonge jusqu'à l'emballage de la bouteille, qui doit être le plus respectueux possible de l'environnement. C'est une question de cohérence, selon eux. Certains consommateurs sont cependant conscients de la difficulté qu'il peut y avoir à réaliser un contenant à la fois respectueux de l'environnement et compatible avec le positionnement haut de gamme du

produit. À l'inverse, la plupart des professionnels interrogés pensent que les codes packaging classiques du champagne sont tellement ancrés dans l'esprit des consommateurs que les modifier du jour au lendemain peut s'avérer compliqué. Exemple avec les propos suivants, recueillis auprès d'un caviste rémois : « Vous achetez une bouteille de Pétrus, on va vous la rouler dans un papier de soie et vous la payez une fortune et les gens ne disent rien. Vous achetez une bouteille de Bollinger ou de Roederer, si elle n'est pas dans son étui, les gens n'en veulent pas. » Pourtant, force est de constater que l'étui n'est que rarement conservé après son ouverture, ce qui questionne son utilité et son impact environnemental. Au final, qui des professionnels ou des consommateurs a raison? La décision prise en juin 2021 par le champagne Telmont de ne plus utiliser d'étuis ni de coffrets sur l'ensemble de la gamme et sa très bonne réception par le marché, d'après son président Ludovic du Plessis, éclaire notre lanterne. Gageons que, dans le contexte actuel de prise en compte croissante des préoccupations environnementales, le packaging devienne un prochain cheval de bataille à l'échelle de la filière. ■